MEMBANGUN UMKM MASYARAKAT DENGAN MODEL BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL GUNA MENINGKATKAN EKONOMI NASIONAL DI ERA COVID 19

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi covid-19 telah menghancurkan system yang ada dalam perekonomian dimana pada masa pandemic covid-19 menyebabkan resesi ekonomi dunia hingga -3,0 %, 195 orang kehilangan akan pekerjaan dan 580 juta orang mengalami kemiskinan. Masalah ini menjadi salah tantangan besar yang dihadapi dunia dalam pembangunan berkelanjutan. Dengan adanya pandemic covid 19 pemerintah membuat kebijakan unutk mengurangi penyebaran covid 19, sehingga masyarakat harus membatasi kegitannya sehari hari seperti biasanya sebelum adanya covid 19, bagi masyarkat sangat berdampak pada mata pencaharian mereka karena akan menciptakan masalah. Selama pandemic, di perlukan hal peningkatan nilai tambah yang berkualitas untuk menjamin bahwa masyarakat masih bisa dalam menerima barang dan jasa yang mereka butuhkan untuk keberlangsungan hidup mereka. Pada saat covid 19 banyka para masyarakat yang mengeluh karena berdampak terhadap usaha mikro kecil menegah (UMKM) walaupun tidak memberikan pengaruh yang besar terhadap PDP Negara tetapi sector inilah yang mampu menyerap tenaga kerja terutama tenaga kerja wanita di sector informal karena UMKM sendiri adalah usaha yang sangat simpel dan praktis tanpa memerlukan modal dengan jumlah yang banyak.

Seiring berjalannya pandemi covid 19 yang tak kunjung berkahir, pemerintah membuat kebijakan yang berkaitan dengan perekonomian Indonesia agar tidak terlalu berpengaruh yang diakibatkan Covid 19 strategi tersebut bisa menjamin daya beli masyarakat terhadap bidang industry maupun non industri tetap terjaga sehingga permintaan kebutuhan untuk industry dan non industry berjalan dengan stabil. Pandemi covid 19 adalah masalah yang sangat berat dalam perekonomian di sector apapun khususnya di sector usaha kecil menengah, akan tetapi pemerintah berusaha untuk tetap manjaga hubungan yang baik terhadap pelaku usaha unutk menyelesaikan masalah ini. Tentunya kebijakan yang dikeluarkan disesuaikan dengan lebih baik lagi terutama dalam mengurangi penyebaran covid 19 yaitu penerapan protocol kesehatan dengan lebih disiplin lagi. Unutk menjalankan hal tersebut perlunya kerjasama pemerintah terhadap sektoral dari lembaga pemerintah paling tinggi hingga paling bawah seperti lembaga kementrian, pemerintah pusat, pemerintah daerah, pemerintah kota dan desa karena antara pemerintah dan pelaku usaha mikro kecil perlunya ada harmonisasi yang baik. Cara tersebut sangat perlu dilakukan unutk mempercepat proses pemulihan kesehatan dan perekonomian Indonesia. Dalam 3 tahun terakhir pandemic covid 19 berpengaruh terhadap daya beli masyarakat yang berdampak terhadap perekonomian. Walaupun dampak pandemi salah satunya pada UMKM akan tetapi menurut penelitian UMKM di Indonesia dapat bertahan di era covid karena ada beberapa perubahan dalam proses produksinya (Liu and Sukmariningsih, 2021). Proses prosuksinya yaitu dalam pola pembelian yang dapat dilakukan para pelaku usaha mikro dengan memanfaatkan teknologi digital.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara membangun UMKM di era covid-19 menggunakan teknologi digital?
2. Apa teknologi digital yang digunakan dalam membangun UMKM di era covid-19?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui cara untuk membangun UMKM di era covid-19 menggunakan teknologi digital.
2. Mengetahui jenis teknologi digital yang digunakan dalam membangun UMKM.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Teori yang relevan

Teknologi adalah suatu bentuk ilmiah dengan tujuan simpel dan praktis yang diperlukan oleh manusia untuk kenyamanan dan kelangsungan hidup manusia. teknologi berasal dari bahasa yunani yaitu technologia yang terdiri dari dua kata techne yang berarti keahlian dan logia berarti pengetahuan (Liu and Sukmariningsih, 2021). Menurut (Nurpratama and Anwar, 2020) Teknologi digital muncul pada awal 2000 an dan telah memasuki pasar dengan pengembangannya disebut new wave technology. New wave technologi adalah teknologi yang menghubungkan komunikasi antar individu maupun kelompok. Jadi teknologi digital merujuk pada penggunaan perangkat elektronik dan computer, memproses dan menyimpan dan mentransmisikan informasi dalam bentuk digital. Bagi UMKM teknologi digital berfungsi untuk pemasaran dan promosi yang memungkinkan jangkauan pasar meraka akan lebih luas, e-commerce dapat digunakan oleh pelaku usaha UMKM dalam menjual produk secara online melalui platform ecommercedengan memiliki toko online.

2.2 Konsep-konsep pemikiran

Konsep konsep pemikiran tentang teknologi digital. Menurut penelitian, teknologi digital adalah hasil perubahan dari zaman dahulu hingga sekarang yang berbasis teknologi dimana cara cara yang tradisional menjadi cara cara yang paraktis sehingga manusia bisa memnfaatkan teknologi tersebut. Dalam sector UMKM masyarakat bisa menggunakan teknologi dalam hal promosi dan pemasaran melalui online tanpa harus ada toko fisik (Liu and Sukmariningsih, 2021). Konsep pemikiran menurut (Hanim, Soponyono and Maryanto, 2022) bahwa teknologi digital menjadi salah satu jalan alternative bagi pelaku usaha UMKM untuk usahanya tetap berjalan di era pandemi covid-19. Meskipun sebelum pandemi pemerintah sudah menerapkannya terhadap UMKM yang ada di Indonesia. Menurut American Marketing Association (AMA) digital marketing di definisikan sebagai wadah yang di fasilitasi teknologi digital dimana mereka membuat, mengkomunikasikan dan menyampaikan kepada konsumen tentang produk yang mereka promosikan (Nurpratama and Anwar, 2020). Kajian pada artikel “membangun model basis penggunaan teknologi digital bagi umkm pada masa pandemic covid 19” menjelaskan bahwa Pelaku usaha UMKM dapat mengubah strategi pemasaran meraka melaui skema

digitalisai. Liu & Sukmariningsih (2021) Skema digitalisasi yaitu memanfaatkan market place dengan menggunakan media social sebagai akses untuk pemasaran produk.

2.3 Variabel dan indicator yang dibahas

Variabel	Sub variabel	Indikator
Melakukan usaha UMKM sebelum covid 19	1. Menjual produk secara langsung terhadap konsumrn	1. Konsumen melihat langsung kondisi di toko fisik 2. Transaksi langsung antara penjual dan pembeli 3. Mengetahui langsung produk yang dibeli 4. Dapat melakukan tawar menawar terhadap harga produk antara pelaku usaha dan konsumen
	2. Bertemu langsung dengan konsumen	1. Melakukan promosi dari mulut pelaku usaha unutk menarik perhatian konsumen 2. Pelayanan konsumen dengan mudah 3. Mengetahui bagaimana sifat konsumen dalam melakukan pembelian.
Melakukan usaha UMKM pada masa covid 19 menggunakan teknoloi digital	1. Menjual produk usaha secara online	1. Simpel dan praktis dalam menawarkan produk 2. Tidak perlu adanya tokoh fisik hanya tokoh online saja 3. Mudah di operasikan oleh pelaku usaha umkm 4. Jangkauan unutk promosi produk jualan luas

2.4 Hasil penelitian terdahulu

Hasil penelitian terlebih dahulu. Bahwa melakukan usaha menggunakan teknologi digital (media social) mampu mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha dengan cepat.

Penelitian Maulida & Yunani (2017) menjelaskan bahwa mereka harus di berikan penyuluhan terakait kemudahan akses serta peningkatan capacity building terkait teknologi digital. (Nurpratama and Anwar, 2020) Media social membuat pelaku usaha UMKM untuk membangun keharmonisan terhadap konsumen dengan personal. Media social terbagi menjadi dua kelompok sesuai dengan sifat dasar koneksi dan komunikasi : Profile based adalah jenis media social yang berfokus terhadap individu. Dimana individu tersebut mendorong koneksi dan terjadi media social kelompok kepada para pengguna media social (Facebook, Twitter, Whattshapp). Content based adalah jenis media social yang berfokus tentang konten, diskusi, dan komentar terhadap konten yang di sampaikan. Tujuan dari konten itu untuk menarik perhatian individu yang di sediaakan suatu chanel tertentu (Youtubr, Tik tok, Instagram).

Setelah Pelaku usaha UMKM sudah mampu menguasai teknologi digital media social, mereka harus mampu membuat strategi unutk meningkatkan daya saing, dengan keadaan tersebut perlu dilakukan penelitian daya saing dan membuat rencana mengatasi peningkatan daya saing usaha yang sejalan dan mampu bersaing. (Mulyana *et al.*, 2021) Beberapa penelitian sebelumnya berpendapat bahwa lemahnya daya saing UMKM di masa covid 19 karena ada beberapa masalah yang di dapatkan dari penelitian yaitu: 1. Pemasaran, 2. Kuarngnya modal, 3. Inovasi pemanfaatan teknologi digital, 4. SDM tenaga kerja, 5. Tantangan lingkungan dari luar atau eksternal. Akan banyak kegunaan dari penguasaan teknologi digital yang dapat dirasakam pelaku usaha UMKM. Apalagi dalam masa pandemic permasalahan bisa di atasi jika mengalami penurunan penjualan, pemodalan dan lain lain. Jika sudah mampu beradaptasi dengan dunia teknologi maka UMKM tersebut mampu bersaing di internasional (Hanim, Soponyono and Maryanto, 2022).

3. Pendekatan atau Metode Analisis

Pendekatan yang digunakan, pendekatan eksploratif deskriptif yaitu mengetahui peluang dan tantangan dalam membangun UMKM berbasis teknologi digital. Metode analisis yang digunakan adalah menggunakan pendekatan studi dengan mengamati dan memahami informasi sesuai topic penelitian. kepustakaan. Pendekatan secara studi kepustakaan yaitu jenis pendekatan atau kegiatan terkait motode analisis data secara kritis melalui berbagai kajian literatur seperti buku, majalah, jurnal ilmiah, internet, dan referensi lainnya, serta hasil analisis sebelumnya yang akurat untuk mendapatkan argument dan teori yang kita tuangkan dalam esay terhadap masalah yang kita analisis. Esay ini membahas topic membangun UMKM berbasis teknologi digital di era covid 19. Maka dari itu melalui bacaan ini bahwa teknologi digital adalah salah satu jalan alternative untuk mengembangkan UMKM di era covid-19.

4. Pembahasan

Teknologi adalah suatu alat atau mesin yang dibuat unutk mempermudah dalam menyelesaikan masalah dan bermanfaat bagi manusia untuk mempraktiskan dan menyederhanakan bagi kenyamanan manusia. sebelum era covid-19 manusia menjalankan

usahanya hanya dengan usaha offline walaupun ada beberapa yang menggunakan teknologi digital. Setelah covid-19 menyerang kehidupan manusia, covid-19 membuat pekerjaan dan aktivitas manusia terhalang dalam melakukan apapun. Jadi manusia dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman yaitu pemanfaatan teknologi digital dalam usaha UMKM. Teknologi harus dimanfaatkan unutk mengetahui informasi yang pada saat ini dipilih sebagai salah satu bagian terpenting untuk menjalankan usaha UMKM dalam era pandemic covid-19 supaya menjadi usaha yng berkelanjutan (Murti, Puspita and Ratih, 2021). Pandemic covid-19 membuat perkembangan UMKM di Indonesia menurun. Akibat dari hal tersebut membuat para pengusaha UMKM gulung tikar karena menurunya daya beli pada usaha mereka. Masyarakat tidak berlarut dalam masalah tersebut, mereka harus melakukan solusi solusi yang dapat membantu sector UMKM di Indonesia tetap berjalan dan bertahan, karena UMKM mempunyai peran penting dalam pemulihan ekonomi masyarakat. Jadi pengaruh UMKM itu sangat penting terhadap masyarakat miskin, di antaranya masyarakat bisa terlepas dari kemiskinan, menyamakan tingkat perekonomian, dan menambah devisa Negara.

Berdasarkan penelitian (Mulyana *et al.*, 2021) Pada bulan Mei 2020 Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) membuat kegiatan survey dampak pandemic covid-19 terhadap operasional UMKM di Indonesia yang dilakukan dengan cara online (daring) yang menyertakan 679 responden dengan penghasilan utamanya menjadi pelaku usaha dan memberikan hasil bahwa 94,69 % seluruh UMKM mengalami penurunan produksi. Menurut perbandingan bahwa penurunan penjulan sebesar 75% dimana 49.01 % adalah usaha eksesif mikro, usaha mikro 43,3%, usaha kecil 40%, serta usaha menengah sebesar 45.83%. Lalu menurut lama usaha penurunan penjualan 75 % dirasakan oleh usaha berumur 0-5 tahun sebesar 23,27%, 6-10 tahun sebesar 10,9%, dan lebih dari 10 tahun sebesar 8,84%. Dengan hasil penelitian, masyarakat harus dapat mempertahankan UMKM-nya sesuai solusi yang diberikan yaitu menggunakan teknologi digital. Mengingat Kontribusi UMKM terhadap PDB (produk domesrik nasional) tinggi, menurut (Zaelani, 2019) data menunjukkan bahwa 62,92 juta unit UMKM jika dalam persen 99,92% unit usaha di Indonesia menyumbang kontribusi pada PDB sebesar 60 % serta mebuka lapangan kerja sekitar 116,73 orang atau 97,02% dari semua jumlah angkatan kerja yang bekerja bahwa rata rata mereka belum merasakan manfaat penggunaan teknologi digital.

Pemerintah harus memberikan perhatian kepada UMKM di Indonesia terkait penggunaan teknologi di era covid-19. Sejak pandemi covid-19 menjelaskan terjadinya peningkatan yang signifikan terhadap penggunaan teknologi banyak melakukan belanja online, penjualan online, dan transaksi online misalnya perusahaan perusahaan besar seperti NIVEA dan Loreal. Dengan adanya teknologi digital maka pelaku usaha dapat membuat usahanya cepat berkembang. Penggunaan teknologi maka mempromosikan usaha kita menjadi cepat unutk diketahui oleh masyarakat luas bahkan bisa dikenal oleh dunia jika proses marketing kita tepat dan kelemahan pemasaran tradisional hanya melalui mulut ke mulut kemudian penyaluran produk produknya hanya ke beberapa warung warung dan toko toko kecil. Pemasaran berbasis digital dan pemasaran secara tradisional dapat membuat usaha kita semakin lengkap, keduanya dapat saling

melengkapi seperti konsumen dapat memberikan penilaian terhadap usaha kita, kita dapat mengetahui kebutuhan konsumen. Pemasaran usaha UMKM berbasis teknologi digital dapat menggunakan E-commerce (teknologi yang dapat digunakan unutk promosi barang maupun jasa melalui media social seperti facebook, instagram, whatsaap, dan ada juga aplikasi khusus untuk promosi barang atau jasa yaitu shoopee, tokopedia, lazada, dan lain lain, Rokhmah & Yahya, 2020). Mengembangkan UMKM berbasis teknologin digital menggunakan media social (facebook, whatsaap, instagram) dan aplikasi ecommerce (shoope, tokopedia, lazada). Aplikasi aplikasi tersebut mempunyai manfaat masing masing dalam promosi usaha

1. Facebook berperan sebagai media promosi, membuat promosi menjadi lebih efektif dan praktis.
2. Whatsaap berguna untuk menjadikan media tersebut sebagai toko online karena whatsaap saendiri menyediakan fitur akun bisnis dan mendetailkan bisnis kita secara akurat dan gratis untuk digunakan.
3. Instagram sedikit berbeda dengan media social lainnya. Dalam hal promosi instagram jangkauan unutk promosi lebih luas sehingga dapat menarik perhatian pelanggan.
4. Shoope adalah aplikasi yang banyak digunakan promosi karena shoope banyak menyediakan fitur promosi seperti iklan produk, nama toko, penilaian barang kita oleh konsumen, terdapat promo yang lebih besar.
5. Lazada adalah memberikan informasi yang lebih detail atau lebih jelas terkait bentuk, manfaat, kelebihan akan produk yang kita tawarkan.
6. Tokopedia adalah salah satu website untuk berbisnis online untuk menawarkan produk kita salah satu kelebihannya yaitu berbasis openmarketplace dan melakukan bisnis online dengan mudah, efisien, gratis dan terpercaya.

Melalui pemanfaatan aplikasi aplikasi tersebut, dapat memudahkan untuk mengembangkan UMKM masyarakat karena terdapat kelebihan kelebihan dari masing masing aplikasi e-commerce. Percepatan penggunaan layanan teknologi digital semakin meningkat akibat pandemic covid-19, peran platform teknologi yang semakin perlu dalam kegiatan manusia dalam hal apapun.

Pemerintah dalam pengembangan UMKM masyarakat pada masa pandemic covid-19 sangat berperan penting karena dapat membantu pelaku usaha mengatasi dampak dari covid-19. Pemerintah harus membuat peraturan dalam jangka pendek maupun jangka panjang, misalnya jangka pendek menerapkan protocol kesehatan untuk mengurangi penyebaran, perubahan strategi usaha, mengajak pelaku UMKM untuk menggunakan layanan digital. Sedangkan unutk jangka panjang membuat teknologi digital unutk platform usaha, mengubah bentuk pemasaran UMKM yang modern. Jadi dukungan pemerintah dalam mambangun UMKM berbasis teknologi digital sangat penting, upaya untuk memfasilitasi UMKM supaya bisa mengembangkan pertumbuhannya di masa Pandemi covid-19 ini pemerintah penyuluhan untuk meningkatkan SDM, menyalurkan bantuan berupa peralatan dan bahan sesuai usahanya, bantuan unutk pemasaran penjualan menggunakan media social atau online. (Setiawan and Krisnadi, 2020)

Maka teknologi mempunyai manfaat yang bagus untuk mempercepat transformasi digital dalam memulihkan ekonomi masyarakat di era covid19.

5. Kesimpulan

Teknologi digital menjadi jalan alternative untuk mempertahankan UMKM di Indonesia dalam masa Pandemi covid-19. Pada masa pandemic covid-19 UMKM mengalami penurunan penjualan yang signifikan yang berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat sebesar Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) membuat kegiatan survey dampak pandemic covid-19 terhadap operasional UMKM di Indonesia yang dilakukan dengan cara online (daring) yang menyertakan 679 responden dengan penghasilan utamanya menjadi pelaku usaha dan memberikan hasil bahwa 94,69 % seluruh UMKM mengalami penurunan produksi. Menurut perbandingan bahwa penurunan penjulan sebesar 75% dimana 49.01 % adalah usaha eksesif mikro, usaha mikro 43,3%, usaha kecil 40%, serta usaha menengah sebesar 45.83%. Masyarakat pelaku usaha UMKM dituntut untuk memanfaatkan teknologi digital supaya UMKM-nya tetap berjalan karena UMKM di Indonesia sangat berkontrinbusi besar terhadap PDB, membuka lowongan pekerjaan, menambah devisa Negara. Pemasaran berbasis digital berupa media social dan ecommerce. Media social (facebook, instagram, whatsaap) dan ecommerce (lazada, shoope, tokopedia). Pemerintah juga berperan dalam membangun UMKM masyarakat berbasis teknologi digital dengan cara membuat kebijakan menaati protocol kesehatan, perubahan strategi dalam proses pemasaran di masa covid 19, menggunakan teknologi, memberikan bantuan kepada pelaku usaha UMKM supaya UMKM-nya tetap bertahan di masa pandemic covid-19.

Daftar Pustaka

Arianto, B. (2021) ‘Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Dunia’, *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2), pp. 106–126. Available at: https://doi.org/10.36423/jumper.v2i2.665.

Hanim, L., Soponyono, E. and Maryanto, M. (2022) ‘Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19’, *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), pp. 30–39. Available at: https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452.

Liu, E. and Sukmariningsih, R.M. (2021) ‘Membangun Model Basis Penggunaan Teknologi Digital Bagi Umkm Dalam Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Ius Constituendum*, 6(1), p. 213. Available at: https://doi.org/10.26623/jic.v6i1.3191.

Maulida, S. and Yunani, A. (2017) ‘Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi’, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), pp. 181–197.

Mulyana, A.E. *et al.* (2021) ‘Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Batam*, 3(1), pp. 62–76. Available at: https://doi.org/10.30871/abdimaspolibatam.v3i1.2685.

Murti, H.T., Puspita, V. and Ratih, P. (2021) ‘Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan Organisasi dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan Pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu’, *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 1(1), pp. 33–41. Available at: https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.450.

Nurpratama, M. and Anwar, S. (2020) ‘Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu’, *Jurnal Investasi*, 6(2), pp. 87–102.

Rokhmah, B.E. and Yahya, I. (2020) ‘Tantangan , Kendala , Dan Kesiapan Pemasaran’, *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 1(1), pp. 20–31. Available at: https://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/filantropi/article/view/2420/824.

Zaelani, I.R. (2019) ‘Peningkatan Daya Saing Umkm Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan Iptek’, *Jurnal Transborders*, 3(1), p. 15. Available at: https://doi.org/ttp://dx.doi.org/10.23969/transborders.v3i1.1746.

Solechah, W.M. and Sugito, S. (2023) ‘Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan sebagai Kepentingan Nasional Indonesia dalam Presidensi G-20’, *Dialektika : Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 8(1), pp. 12–23. Available at: https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.1487.

Abidin, M.Z. (2021) ‘Pemulihan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Produktivitas Tenaga Kerja Sektor Pertanian’, *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, 6(2), pp. 117–138. Available at: https://doi.org/10.33105/itrev.v6i2.292.

Azzahra, H. (2021) ‘Tren Inovasi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Pada Keberlanjutan Wirausaha Start-Up Di Indonesia’, *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)*,

1(2), pp. 6–14. Available at: https://doi.org/10.47701/sintech.v1i2.1062.

Berliandaldo, M. *et al.* (2021) ‘Transformasi Digital Dan Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Yang Adaptif Dan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19’, *Jurnal Analis Kebijakan*, 4(2), pp. 54–73. Available at: https://doi.org/10.37145/jak.v4i2.468.

Hutabarat, L.F. (2022) ‘Penguatan Sektor E-Commerce Asean Untuk Percepatan Pemulihan Ekonomi: Optimalisasi Keketuaan Indonesia Di Asean 2023’, *Policy Brief*, 7(2). Available at: https://kebijakankesehatanindonesia.net/images/2019/policy_brief_penguatan_kbk_dalam_meningkatkan_mutu_rujukan_non_spesialistik.pdf.

Mathematics, A. (2016) ‘済無No Title No Title No Title’, 24(April), pp. 1–23.

Nizar, N.I. and Sholeh, A.N. (2021) ‘Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19’, *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 4(1), pp. 87–99. Available at: https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163.

Qur’ani, B. and Anshar, M.A. (2023) ‘Analisis Faktor-Faktor Pengembangan UMKM dengan Transformasi Digital dalam Pertahanan Ekonomi Pasca COVID-19’, *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 6(1), p. 12. Available at: https://doi.org/10.35914/jemma.v6i1.1603.

Safitri, I. (2020) ‘Peluang, Tantangan dan Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia Pada Masa Pandemi COVID-19’, *Univesitas Negeri Yogyakarta*, (19804244029), pp. 1–20. Available at: https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/jm6u2.html.

Setiawan, H. and Krisnadi, I. (2020) ‘Peranan ICT Dalam Mempercepat Transformasi Digital Untuk Meningkatkan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-19’, *Journal Academia*, 3(1). Available at: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66769234/Peranan_ICT_Dalam_Mempercepat_Transformasi_Digital_Untuk_Meningkatkan_Ekonomi_Pada_Masa_Pandemi_Covid_19-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1630120411&Signature=euoQ3QWPH08-GcfDz2RlIygnCGUftlTrlvh9Df9P1daoV52s8ua.

Sulchan, M., Zulfa Maslihatin, M. and Yulikah, A. (2021) ‘Peran Digitalisasi Bisnis Terhadap Pemulihan Ekonomi dalam Meminimalisir Pengangguran di Indonesia’, *Prosiding Seminar Nasional Management, Ekonomi, dan Akuntansi*, 6, pp. 941–948. Available at: https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/831/875.

Asmoro, B.T. and Utomo, S.D. (2021) ‘Model Pemberdayaan Masyarakat Keluarga Miskin Dalam Pemulihan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Malang’, *Jurnal Pembangunan dan Inovasi*, 3(2), pp. 17–28.

Darmastuti, S. *et al.* (2021) ‘COVID-19 dan Kebijakan dalam Menyikapi Resesi Ekonomi: Studi Kasus Indonesia, Filipina, dan Singapura’, *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 4(1), pp. 70–86. Available at: https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.148.

Eskak, E. (2020) ‘Study of The Information and Communication Technology (ICT) Utilization

to Improve The Competitiveness of Creative Crafts And Batik Industries in The 4.0 Industry Era', *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik*, pp. 1–13.

Hendriadi, A.A., Sari, B. nurina and Padilah, T.N. (2019) 'Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang', *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), pp. 120–125. Available at: https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133.

Junaedi, D. and Salistia, F. (2020) 'Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak', *Simposium Nasional Keuangan Negara*, pp. 995–1115.

PH, L. *et al.* (2020) 'Dampak Pandemi Covid-19 bagi Perekonomian Masyarakat Desa', *Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences*, 1(1), pp. 37–48. Available at: https://doi.org/10.37287/ijnhs.v1i1.225.

Rosita, R. (2020) 'Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia', *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), p. 109. Available at: https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380.

Saputra, F. and Ali, H. (2022) 'Penerapan Manajemen Poac: Pemulihan Ekonomi Serta Ketahanan Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19 (Literature Review Manajemen Poac)', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), pp. 316–328. Available at: https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.733.

Widiastuti, A. and Silfiana, S. (2021) 'Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Pulau Jawa', *Jurnal Ekonomi-Qu*, 11(1), p. 97. Available at: https://doi.org/10.35448/jequ.v11i1.11278.

Yuwana, S.I.P. (2020) 'Coronanomics: Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19', *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(1), pp. 47–59. Available at: https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i1.58.